

ЭСТЕТИКА И КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 024.5:021 + 366.1 + 316.472

М. Ю. Гудова

ЧТЕНИЕ В КУЛЬТУРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА

В статье рассматривается проблема трансформации практики чтения в культуре потребительского общества. Выявляется изменение мотивации чтения, потребности в чтении и ценностно-смыслового содержания практики чтения. Делается вывод, что чтение, существующее по законам потребления, превращается в симуляцию процесса культурной коммуникации, такую как чтение-болезнь или не-чтение.

Ключевые слова: чтение, потребление, симуляция чтения, удовольствие, наслаждение, не-чтение.

Чтение — культурная практика, существующая на протяжении тысячелетий. Длительность существования чтения в культуре создает в современном культурном сообществе ощущение, что оно с необходимостью будет существовать в культуре всегда, гарантируя ее воспроизводство и устойчивое развитие. Однако условия современного потребительского общества проблематизируют ситуацию и ставят под сомнение культуровоспроизводящую роль чтения.

Культура потребительского общества формируется в Европе во второй половине XX в., в России — в конце XX — начале XXI в. Это культура, отличительной чертой которой является «жизнь среди вещей» [4, 5], когда человек живет в задаваемом потреблением вещей ритме и в непрерывной последовательности потребляемых вещей. Укоренившаяся в практиках общества потребления привычка ускоренного потребления и утилизации вещей приводит к тому, что книга, попав в разряд предметов потребления, утрачивает свой привычный статус материально ценного предмета, воплощающего духовно-экзистенциальную ценность. В практиках массового потребления книга, во-первых, утрачивает свою материальную ценность, превратившись в дешевое издание для одноразового прочтения; во-вторых, книга не несет больше былой духовной художественно-экзистенциальной ценности, поскольку говорит

о мимолетном и случайном. Читатель в культуре потребительского общества превращается из субъекта, вычитывающего и транслирующего культурные ценности и смыслы, в охотника за сюжетом и удовольствием, утилизатором как оперативной информации в культуре, так и массовой книги как материальной ценности.

Культура потребительского общества — это культура общества, основанного не на производстве предметов, а на потреблении кодов и смыслов предметов, задаваемых в рамках определенных символических знаковых систем; в культуре потребительского общества любой предмет «трансформирован... в аксессуар роскоши» [4, 8]. Аксессуаром роскоши становится не всякая книга, а только лишь та, чья ценность в культуре потребительского общества, утверждена при помощи других потребительских ценностей и смыслов. Особо ценной книгой может быть, например, каталог дорогих автомобилей, в котором собственно рекламируемый товар повышает престижность взаимодействия с такой книгой. Также особую ценность книге может придать личность героя или автора книги; в интеллектуальной среде ценность книги повышается оригинальностью и провокативностью идеи, вплоть до скандальности. В среде букинистов особо ценятся автографы, подлинные первые издания, издания с интригующей историей владения книгой.

Книги становятся в культуре потребления «одним из элементов коллекции потребляемых благ» [Там же], это касается как традиционных бумажных книжных изданий, которые по своей цене догоняют такие потребительские товары, как одежда и обувь, так и электронных гаджетов для чтения, которые стоят столько же, сколько и универсальные гаджеты для обмена информацией — стационарные персональные компьютеры, компактные персональные компьютеры, коммуникаторы, планшеты, I-Pod и I-Pad, смартфоны. В любом случае, по наблюдению социологов чтения и маркетологов, покупка книги, бумажной или электронной, является сегодня дополнительным экономическим обременением, и позволить себе такую роскошь могут только те, кто располагает свободными средствами, т. е. высокооплачиваемые специалисты среднего возраста — жители мегаполисов. Именно эта социальная группа является основным потребителем книжных магазинов в российских крупных городах и в сети Интернет [7].

В культуре потребительского общества способом функционирования человека становится непрерывный и «утонченный концерт потребления» [4, 9]. В этом «концерте потребления» всякая коммерциализированная практика осознается как более престижная, чем не-коммерциализированная. Поэтому электронное или аудиочтение престижнее традиционного чтения.

Одновременно потребление стирает функциональные различия между потребляемыми вещами («нет больше различия между высшим сортом бакалей и галереей живописи, между “Плейбоем” и “Трактатом о палеонтологии”» [Там же]), и всем вещам предписывает престижно-смысловые различия. Попав в эту систему отношений, книги становятся такими же предметами потребления, как и другие товары, и потребляются по тем же критериям. Ценность книги в обществе потребления определяется способностью удовлетво-

рять потребности в отдыхе, релаксации, развлечении, отвлечении от обыденных проблем, в совершенствовании знаний, получении новой информации, репрезентации занятости интеллектуальным трудом и т. д.

В культуре общества потребления меняется символическая стоимость вещи, и то, что в культуре производящего общества не имело стоимости или не являлось атрибутом роскоши, сейчас приобретает огромную цену. В качестве таких естественных и одновременно «бесценных» феноменов Бодрийяр перечисляет «пространство и время, чистый воздух и зелень, воду, тишину...» [4, 82]. Мы должны отметить, что одной из главных разновидностей роскоши в потребительской культуре является «свободное время» или «время досуга» [5, 68]. Право распоряжаться своим временем, самостоятельно его организовывать, планировать, находить «свободное время», например для чтения, становится одним из самых редких и дорогих удовольствий в этой культуре. Досуг, как утверждают социологи, это свободное время, которое остается у человека после того, как он выполнил все трудовые и семейные обязанности. В современном компьютеризированном потребительском обществе «неравенство и неравенство не уменьшились, они перенесены на другой уровень» [4, 82]. Если раньше у бедных не *было* возможности освоить грамоту и чтение, не было денег на покупку книг, то сегодня у них нет времени на досуг, нет возможности между временем наемного и домашнего труда выделить специальное время для прочтения книги. В лучшем положении оказываются родители, для которых чтение книг детям и обучение детей навыкам чтения входят в круг домашних обязанностей, и тогда домашнее чтение получает свою легитимацию в качестве не досуга, а родительского труда.

Другой формой легитимации процесса чтения в культуре потребления является обучение — приобретение знаний, которое считается подготовкой к трудовой деятельности. «Знание и власть стали или становятся самыми большими редкостными благами в наших обществах изобилия» [Там же, 93]. В современном европейском обществе грамотность, письмо, чтение являются культурными навыками, доступными всем. Однако возможность реализации этих навыков в культурных практиках повседневности становится все более и более элитарной.

Как пишет Ж. Бодрийяр, «в рамках абстрактной демократии орфографии или телевизора может гораздо лучше осуществиться настоящая система дискриминации» [Там же, 84]. Эта дискриминация скрытая: доступ к информации и ее основным источниками — книгам и медиа — как будто бы открыт всем. Но характер системы занятости, включенности в трудовые процессы лишает сегодня большинство людей доступа к самым простым и естественным, а потому самым дорогим благам: свободному времени, частному, приватному пространству, чистому воздуху и книге как атрибуту свободы и медитативности. Но эта дискриминация завуалирована лозунгами общества потребления и теми поведенческими моделями, которые навязываются средствами массовой пропаганды потребительского образа жизни — глянцевыми журналами и гламурными телепередачами и телеканалами. «Туфли вместо книжек!» — лозунг общества потребления [8, 31].

Знания, культура, книги, чтение в логике культуры потребительского общества оказываются всего лишь «вариантом более острой и тонкой культурной сегрегации», «резервом магической власти» [4, 85]. Поэтому для наивного и бедного демократического большинства, искренне увлеченного процессом потребления, знания не обязательно получать из первоисточника, важно публично демонстрировать приобщенность к знаниям и первоисточнику. Книги не обязательно читать и обдумывать, ими нужно владеть и делать это демонстративно и публично. Чтение не обязательно осуществлять, его можно симулировать, нося книгу в дамской сумочке или выкладывая на журнальный столик. Культурные явления, так же как потребительские товары в культуре потребительского общества, «симулируют социальную сущность — статус», становятся фетишем, знаком «изобилия и благодати».

В то же время Ж. Бодрийяр подчеркивает, что «для наиболее обеспеченного богатством и властью меньшинства книги, знания, чтение, культура» по прежнему остаются тем, чем они являлись всегда, — «средствами воспитания и образования, необходимыми для получения и удержания власти и богатства» [Там же, 88]. В культуре потребительского общества расслоение происходит по линии автономности. Свободный субъект может удовлетворять свои желания, вырастающие из реальных жизненных потребностей. Подвластный субъект потребления вынужден наслаждаться тем, что предписывает общество. Жажда наслаждений выходит в обществе потребления на первый план вместо вырастающих из процессов производства потребностей и их удовлетворения. Жажда наслаждений ведет к преодолению повседневности, стремлению к постоянному выходу за ее рамки, возрастает интерес к литературе фэн-тези и киберпанка, альтернативной истории, технической и социальной фантастике, самым разнообразным приключенческим жанрам литературы. Из потребности к преодолению повседневности вырастает «оживление универсальной любознательности» [Там же, 110], что ведет к росту читательской активности в сфере нон-фикшн, рекомендательного чтения, чтения полезных советов по организации быта, совершенствованию тела и путешествий.

Бодрийяр определяет общество потребления как «общество обучения потреблению, социальной дрессировки в потреблении» [Там же, 111]. Чтение как одна из практик сохранения и передачи социокультурного опыта включается в этот процесс экономической дрессуры и приобретает не свойственную ранее ему функцию — обучения потреблению.

Для более успешного обучения потреблению рождается особый жанр литературы для чтения — гляцевый журнал. А вместе с ним и новая разновидность чтения — чтение-листание.

Чтение-листание существует сегодня в отношении и бумажных изданий, и электронных: это избирательное чтение — наслаждение текстом [2, 469], когда читатель вынужден выбирать, читать и перечитывать, смаковать, разбивать текст на смысловые фрагменты и компоновать их заново: так читают не только книги, но главным образом газеты и журналы. На чтении-листании как технике основывается чтение-потребление как тип взаимодействия читателя и текста.

В философии французского постструктуралиста Р. Барта проблема чтения-потребления была концептуализирована в понятиях «эротика текста» и «наслаждение текстом».

В смешении множества языков Барт видит предпосылку для наслаждения текстами, созданными на этих разных языках. Он утверждает, что понятия удовольствия и наслаждения от текста отличны по своему содержанию, но эти отличия зыбки. Они проистекают из того, что автор, создающий текст из глубинной потребности творить, получает удовольствие всегда — высказывается, означает, наделяет смыслом — творит. Проблема состоит в том, чтобы авторский текст желал читателя, чтобы в нем возникал эротический магнетизм. Такая эротическая притягательная сила, по мнению Р. Барта, возникает в тексте в момент письма. «Письмо — это доказательство того, что текст меня желает» [2, 464].

Тексты, которые создаются авторами, всегда существуют в рамках определенной конвенциональной культуры. И одни из них поддерживают существующие конвенции, а другие — разрушают. Барт утверждает, что ни культура, ни ее разрушение сами по себе не эротичны. Эротичен, притягателен культурный сдвиг, при котором сквозь привычное и устоявшееся нам приоткрывается нечто новое, неизвестное и загадочное. В этом приоткрывании и сокрытии — источник желаний и соблазнов текста. Следовательно, «пространство удовольствия — это культура, во всех ее формах» [Там же, 465], и в том числе в практиках чтения.

Р. Барт противопоставляет понятия «текст-удовольствие» и «текст-наслаждение». «Текст-удовольствие» порождается смысловыми разрывами, столкновениями различных смыслов, такой текст балансирует над пропастью «благо-разумия, конформности и плагиата», с одной стороны, и зыбким ускользающим берегом инноваций, с другой. «Текст-удовольствие» — «это место, где всякий раз можно подсмотреть одно и то же — смерть языка» [Там же].

В культуре потребления «текст-наслаждение» делает ставку на «нескончаемое пиршество, миг, когда языковое удовольствие начинает задыхаться от собственного переизбытка и изливается наслаждением» [Там же, 467].

Читательское удовольствие от текста, по мнению Р. Барта, возникает не от содержания, не от формы изложения, а от возможности читать вразброс, выбрасывать куски, пропускать страницы, подгоняя развязку, т. е. «сминать текст в складки». Здесь ученым противопоставляются два способа чтения: первое — последовательное чтение, быстрое, подробное, прилежное, и второе — избирательное, смакующее, где в складках образуется «просвет наслаждения».

Принцип избирательного чтения, по Р. Барту, характеризует прежде всего чтение массовой или популярной литературы. Это подтверждают и современные исследователи. Чтение-потребление предполагает «рассеянное, поверхностное восприятие текста и в то же время чрезмерную тесноту “тактильно-шокового” соприкосновения с ним — то и другое в отсутствие выверенной, общепринятой академической или музейной дистанции. С одной стороны, сила и острота непосредственных, аффективно-телесных реакций (смеха, страха, слез) не оставляет простора рефлексии. С другой стороны, наоборот, есть

излишний простор для отвлечения, импровизируемой “отсебятины”, буквалистского распространения воображаемого в быт» [6].

«Книги вместо туфель!» — лозунг борьбы с идеологией общества потребления [8, 31]. Как правило, это лозунг интеллектуалов среднего класса, которым приходится постоянно конструировать свою идентичность и читать книги, постоянно знающих, глубоко понимающих и непрерывно думающих людей.

Общество потребления создает новые условия для чтения даже для таких читателей, тех, кто не отказался от этой культурной и художественной практики, но для них в условиях массового потребления чтение приобретает черты, описываемые М. Бланшо.

М. Бланшо называет чтение болезнью [3, 62] интеллектуалов, поскольку у читателя происходит раздвоение сознания. Это раздвоение сознания обусловлено, по М. Бланшо, особенностями повествования. «Само повествование — это мысль, ставшая последовательностью неоправданных и недоступных пониманию событий, а смысл, который навешивается на повествование, — это та же мысль, но преследующая себя через непонятное под видом общего смысла, который все опрокидывает. Тот, кто придерживается повествования, погружается, не отдавая себе отчета, в нечто темное, а тот, кто придерживается смысла, не может достичь тьмы, в отношении которой смысл оказывается разоблачительным светом. Два читателя никак не могут воссоединиться, мы становимся то одним, то другим, мы понимаем то слишком много, то слишком мало из того, что требуется понять. Настоящее прочтение остается невозможным» [Там же, 60–61].

Чтение как процесс интеллектуального восприятия текста, по мнению Бланшо, это не только понимание, поскольку смысл неопределен и все время ускользает. Также чтение не ограничивается только проживанием интеллектуальных коллизий, воплощенных в тексте, поскольку двойственность «литературы» и «жизни» непреодолима. Чтение с необходимостью сочетает практики понимания и проживания, становится читательским комментированием написанных автором текстов.

Чтение-комментирование, по мнению М. Бланшо, это повторение произведения другим языком, который заполняет изначальные лакуны смысла, но одновременно создает новые, оставаясь, в свою очередь, также самостоятельным произведением [Там же, 176–177].

В процессе чтения загадка смысла текста стремится одновременно и к своему разрешению, и к сокрытию смысла. Эта двойственность одновременно и мучительна, и притягательна для читателя. Бланшо говорит о том, что болезнь чтения отражает состояние скольжения в окружающем мире и состояние самого читателя, в котором нет ничего неизменного и устойчивого, но есть только стремление к истине, к вере, к смыслу.

Читателя М. Бланшо называет лжецом. Поскольку «настоящее прочтение остается невозможным» [Там же, 61], каждый читатель придумывает свое, «ложное» прочтение-толкование текста.

Идеи М. Бланшо развивает П. Байяр [1], который считает, что чтение — это необязательный, нелинейный и неоднонаправленный процесс, и поэтому

понятие «чтение» утрачивает свою однозначность. П. Байяр описывает и анализирует такие формы чтения, как «чтение-пролистывание» [1, 40] и «чтение-блуждание» [Там же, 41], «чтение — озирение книг на расстоянии [Там же], «чтение — слушание чужих впечатлений о книге», каждая из которых разрушает традиционные представления о прочитанности или непрочитанности текста. П. Байяр анализирует ситуацию «искушенного читателя», для которого важна не каждая отдельная прочитанная книга, а их система, место каждой отдельной книги в этой системе, общее и особенное, что делает отдельный текст частью общего интеллектуального процесса. В современной культуре репрезентаций сам процесс прочтения книги становится необязательным, а умение рассуждать о «непрочитанной» книге востребованным все чаще. Его можно продемонстрировать и в светской беседе, и на экзамене, и на встрече с писателем, и в разговоре с любимым человеком. Поскольку читатель ищет в самых разных книгах только свои мысли. Поскольку у читателя есть его собственные мысли, другие ему просто не нужны. Читая книгу, читатель хочет, чтобы его мысли были представлены ему в великолепной форме. Следовательно, для того чтобы рассуждать о непрочитанных книгах, читателю необходимо научиться «не стесняться того, что книга не прочитана», «уверенно внушать свои идеи», «не бояться выдумывать книги», убедительно «говорить о себе». Книг, по мнению П. Байяра, слишком много, а читатель всегда только один.

Другие аргументы в защиту тезиса о том, что современному читателю в культуре общества потребления не стоит читать, приводит Дубравка Угрежич [9]. Ее аргументы состоят в том, что в обществе потребления разрушена традиционная система отношений между «уважающими себя писателями» (self-respecting writers) и «заинтересованными читателями» (readers interesting in reading): между ними стоят издатели, редакторы, рекламные агенты, агенты по авторским правам, переводчики, продавцы в магазинах. Процесс чтения определяется не столько личным выбором и вкусом читателя и писателя, сколько издательской политикой, маркетинговыми стратегиями, цензурой рынка, потребностями переводчиков, особенностью авторского права в различных странах мира, а также интересами книготорговцев. Чтение в современном обществе, по мнению Д. Угрежич, превратилось в престижный процесс потребления и ничем не отличается от потребления других престижных товаров и услуг, поэтому уважающему себя писателю не стоит в этой ситуации ничего писать, а уважающему себя читателю не стоит читать. Вывод, который делает из анализа сложившейся ситуации Д. Угрежич, вынесен в заголовок ее книги: "Thank You for Not Reading" (Спасибо, что вы не читаете).

Внимательно посмотрев на судьбу чтения в культуре потребительского общества, можно прийти к выводу, что чтение, существующее по законам потребления, перестает быть подлинным духовно-экзистенциальным процессом смыслового взаимодействия автора и читателя. Чтение в обществе потребления превращается в симуляцию процесса культурной коммуникации и становится односторонним чтением-листанием, чтением-просматриванием, чтением-комментированием, чтением — репрезентацией чтения, чтением-болезнью или не-чтением.

Таким образом, ключевая проблема современной культуры и современного чтения как культурной практики состоит не в том, что читают мало или читают не то, что является нужным и полезным человеку и обществу, а в том, что читают по-другому. Чтение, чьим способом существования является симуляция культурной коммуникации, не обеспечивает необходимые для воспроизводства культуры социальные связи и отношения и не наполняет их социально-организующим ценностно-смысловым содержанием.

-
1. *Байяр П.* Искусство рассуждать о книгах, которых вы не читали. М., 2012.
 2. *Барт Р.* Удовольствие от текста // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994.
 3. *Бланио М.* От Кафки к Кафке. М., 1998.
 4. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
 5. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М., 2006.
 6. *Венедиктова Т.* Разночтение как культурный ресурс // Новое литературное обозрение. 2009. № 99 [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2009/99/ve35-pr.html> (дата обращения: 16.07.2014).
 7. *Дубин Б., Зоркая Н.* Чтение в России в 2008. М., 2009.
 8. *Мангуэль А.* История чтения. Екатеринбург, 2008.
 9. *Ugresic D.* Thank You for Not Reading. Illinois, 2003.

Рукопись поступила в редакцию 17 июля 2014 г.